

ЗАКОН УКРАИНЫ

О рекламе

С изменениями и дополнениями, внесенными

Законами Украины

от 18 ноября 1997 года N 642/97-ВР,

от 30 июня 1999 года N 783-XIV,

от 24 мая 2001 года N 2438-III,

от 15 мая 2003 года N 762-IV,

от 11 июля 2003 года N 1121-IV

(Законом Украины от 11 июля 2003 года N 1121-IV
данный Закон изложен в новой редакции),

от 3 февраля 2004 года N 1407-IV,

от 6 апреля 2004 года N 1667-IV

(учитывая изменения, внесенные Законом Украины

от 21 декабря 2005 года N 3253-IV),

от 17 ноября 2005 года N 3099-IV,

от 23 февраля 2006 года N 3480-IV,

от 17 мая 2007 года N 1033-V,

от 18 марта 2008 года N 145-VI

(изменения, внесенные абзацами четвертым и пятым подпункта 2 пункта 1 раздела I

Закона Украины от 18 марта 2008 года N 145-VI,

вступили в силу с 1 января 2009 года),

от 25 декабря 2008 года N 800-VI,

от 4 июня 2009 года N 1465-VI,

от 29 июня 2010 года N 2367-VI,

от 2 декабря 2010 года N 2756-VI,

от 19 апреля 2011 года N 3235-VI,

от 16 июня 2011 года N 3530-VI,

от 7 июля 2011 года N 3610-VI,

от 22 сентября 2011 года N 3778-VI,

от 20 декабря 2011 года N 4196-VI,

от 12 января 2012 года N 4316-VI,

от 3 июля 2012 года N 5029-VI,

который признан не отвечающим Конституции Украины

(является неконституционным), согласно Решению Конституционного

Суда Украины от 28 февраля 2018 года N 2-р/2018,

от 4 июля 2012 года N 5042-VI,

от 5 июля 2012 года N 5067-VI,

от 16 октября 2012 года N 5463-VI,

от 6 ноября 2012 года N 5481-VI,

от 10 октября 2013 года N 642-VII,

от 9 апреля 2014 года N 1193-VII,

от 5 июня 2014 года N 1322-VII,

от 12 мая 2015 года N 386-VIII,

от 14 мая 2015 года N 422-VIII,

от 23 декабря 2015 года N 901-VIII,

от 23 марта 2017 года N 1977-VIII,

от 22 июня 2017 года N 2118-VIII

(изменения, внесенные Законом Украины от 22 июня 2017 года N 2118-VIII,

вводятся в действие с 23 июля 2018 года),

от 16 ноября 2017 года N 2210-VIII,
от 3 июля 2018 года N 2484-VIII

(В тексте Закона слова "органы государственной власти Украины", "органы государственной власти" во всех падежах и числах заменены словами "государственные органы" в соответствующем падеже и числе согласно Закону Украины от 16 октября 2012 года N 5463-VI)

Данный Закон определяет принципы рекламной деятельности в Украине, регулирует отношения, возникающие в процессе производства, распространения и потребления рекламы.

Раздел I

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Определение терминов

В данном Законе нижеприведенные термины употребляются в таком значении:

производитель рекламы - лицо, которое полностью или частично осуществляет производство рекламы;

внутренняя реклама - реклама, которая размещается внутри домов, сооружений, в том числе в кинотеатрах и театрах на время, до и после демонстрации кинофильмов и представлений, концертов, а также во время спортивных соревнований, которые проходят в закрытых помещениях, кроме мест торговли (в том числе буфетов, киосков, лотков), где может размещаться информация о товарах, которые непосредственно в этих местах продаются;

(абзац третьей статьи 1 в редакции
Закона Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

мероприятия рекламного характера - мероприятия по распространению рекламы, предусматривающие бесплатное распространение образцов товаров, которые рекламируются, и/или их обмен потребителям одного количества или одного вида товаров, которые рекламируются, на другой;

(статья 1 дополнена новым абзацем четвертым
согласно Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

скидка - временное уменьшение цены товара, который предоставляется покупателям (потребителям);

(статья 1 дополнена новым абзацем пятым согласно
Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI,
в связи с этим абзацы четвертый - семнадцатый
считать соответственно абзацами шестым - девятнадцатым)

внешняя реклама - реклама, которая размещается на специальных временных и стационарных конструкциях, - рекламоносителях, расположенных на открытой местности, а также на внешних поверхностях домов, сооружений, на элементах уличного оборудования, над проезжей частью улиц и дорог;

(абзац шестой статьи 1 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 09.04.2014 г. N 1193-VII)

недобросовестная реклама - реклама, которая вводит или может ввести в заблуждение потребителей рекламы, нанести вред лицам, государству или обществу в результате неточности, недостоверности, двусмысленности, преувеличения, умалчивания, нарушения требований относительно времени, места и способа распространения;

лицо - физическое лицо, в том числе физическое лицо – предприниматель, юридическое лицо любой формы собственности, представительство нерезидента в Украине;

(абзац восьмой части первой статьи 1 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 10.10.2013 г. N 642-VII)

сравнительная реклама - реклама, которая содержит сравнение с другими лицами и/или товарами другого лица;

скрытая реклама - информация о лице или товаре в программе, передаче, публикации, если такая информация служит рекламным целям и может вводить в заблуждение лиц относительно действительной цели таких программ, передач, публикаций;

реклама - информация о лице или товаре, распространенная в любой форме и любым способом и предназначенная сформировать или поддержать осведомленность потребителей рекламы и их интерес относительно таких лица или товара;

реклама на транспорте - реклама, которая размещается на территории предприятий транспорта общего пользования, метрополитена, внешней и внутренней поверхностях транспортных средств и сооружений предприятий транспорта общего пользования и метрополитена;

рекламные средства - средства, которые используются для доведения рекламы до ее потребителя;

рекламодатель - лицо, которое является заказчиком рекламы для ее производства и/или распространения;

распространитель рекламы - лицо, которое осуществляет распространение рекламы;

социальная реклама - информация любого вида, распространенная в любой форме, направленная на достижение общественно полезных целей, популяризацию общечеловеческих ценностей и распространение которой не имеет целью получение прибыли;

специальные выставочные мероприятия - мероприятия, которые осуществляются с целью продвижения соответствующего товара на рынок, проводятся организованно в определенном помещении или на огражденной площадке (в том числе в местах реализации товара) в определенные сроки, рассчитанные на заинтересованных и/или профессиональных посетителей, организатор которых ограничил посещение мероприятия теми лицами, которым в соответствии с законодательством разрешается продавать товар, который демонстрируется;

(статья 1 дополнена новым абзацем семнадцатым согласно Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI, в связи с этим абзацы семнадцатый - девятнадцатый считать соответственно абзацами восемнадцатым - двадцатым)

телепродажа - транслируемое на телевидении непосредственное публичное предложение заключить договор купли-продажи относительно определенного товара;

(статья 1 дополнена новым абзацем восемнадцатым согласно Закону Украины от 05.06.2014 г. N 1322-VII в связи с этим абзацы восемнадцатый - двадцатый считать соответственно абзацами девятнадцатым - двадцать первым)

потребители рекламы - неопределенный круг лиц, на которых направляется реклама;

спонсорство - добровольная материальная, финансовая, организационная и другая поддержка физическими и юридическими лицами любой деятельности с целью популяризации исключительно своего имени, наименования, своего знака для товаров и услуг;

товар - любой предмет хозяйственного обращения, в том числе продукция, работы, услуги, ценные бумаги, объекты права интеллектуальной собственности.

Статья 2. Область применения Закона

1. Данный Закон регулирует отношения, связанные с производством, распространением и потреблением рекламы на территории Украины.
2. Действие данного Закона не распространяется на отношения, связанные с распространением информации, обязательность размещения и предания огласке которой определена другими Законами Украины.
3. Действие данного Закона не распространяется на объявления физических лиц, не связанных с предпринимательской деятельностью.

Статья 3. Законодательство о рекламе

1. Законодательство Украины о рекламе состоит из данного Закона и других нормативных актов, которые регулируют отношения в сфере рекламы.
2. Если международным договором Украины, согласие на обязательность которого предоставлено Верховной Радой Украины, установлены другие правила, чем те, которые предусмотрены законодательством Украины о рекламе, применяются правила международного договора.

Статья 4. Использование объектов авторского права и (или) смежных прав в рекламе

Использование в рекламе объектов авторского права и (или) смежных прав осуществляется в соответствии с требованиями законодательства Украины об авторском праве и смежных правах.

(статья 4 в редакции Закона Украины от 03.02.2004 г. N 1407-IV)

Статья 5. Спонсорство

(название статьи 5 в редакции Закона Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

1. В теле-, радиопередачах, материалах в других средствах массовой информации, зрелищных и других мероприятиях, которые созданы и проводятся при участии

спонсоров, запрещается приводить любую информацию рекламного характера о спонсоре и/или его товарах, кроме имени или наименования и знака для товаров и услуг спонсоров.

В телепередачах запрещается приводить любую информацию рекламного характера, которая подается в виде дикторского текста и/или звукового сопровождения, о спонсоре - производителе алкогольных напитков, его имени (наименовании) и/или знаке для товаров и услуг, которые принадлежит спонсору.

(часть первая статьи 5 дополнена абзацем вторым согласно Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

2. Не могут быть спонсорами лица, которые производят или распространяют товары, реклама которых запрещена Законом.
3. Не могут быть спонсорами лица, которые производят или распространяют товары, производство и/или обращение которых запрещены Законом.
4. Программа, передача, подготовленная при поддержке спонсора, должна быть отмечена с помощью титров или дикторского текста в начале и/или в конце программы, передачи.
5. Спонсор не имеет права влиять на содержание и время выхода в эфир программы, передачи или на содержание материалов печатного издания, которые он спонсирует.
6. Спонсорство программ и передач новостей запрещается.

Статья 5¹. Телепродажа

1. Телепродажа должна содержать необходимую, доступную, достоверную аудиовизуальную информацию о товаре, который предлагается.
2. Время вещания и часть телепродажи в течение астрономического часа с учетом особенностей, установленных этой статьей, включаются и являются составными частями общего времени вещания и части рекламы и телепродажи, определенных данным Законом, в фактическом объеме вещания в течение астрономического часа телерадиоорганизациями любой формы собственности.

(часть вторая статьи 5¹ с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 12.05.2015 г. N 386-VIII)

3. На телепродажу распространяются требования, определенные частями третьей - пятой статьи 13 данного Закона, относительно особенностей размещения рекламы на телевидении.
4. Телепродажа не должна побуждать детей заключать договоры о продаже или аренде товаров.
5. Ограничение относительно времени вещания и части телепродажи в течение астрономического часа, определенные частью первой статьи 13 данного Закона, не распространяются на специализированные по телепродаже каналы вещания, а так же трансляцию телепродажи в виде отдельной программы и/или передачи (телемагазина) не специализированными по телепродаже каналами вещания при условии соблюдения требований, предусмотренных частью седьмой этой статьи.

(часть пятая статьи 5¹ с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 12.05.2015 г. N 386-VIII)

6. Ограничение части рекламы в течение астрономического часа фактического вещания, определенное частью первой статьи 13 данного Закона, не распространяется на специализированные по телепродаже каналы вещания.

(часть шестая статьи 5¹ с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 12.05.2015 г. N 386-VIII)

7. Трансляция телепродажи, которая осуществляется не специализированными по телепродаже каналами вещания, в виде отдельной программы и/или передачи (телемагазина) должна иметь непрерывную минимальную продолжительность 15 минут. Максимальное количество таких программ и/или передач (телемагазинов) в течение астрономических суток на не специализированных по телепродаже каналах вещания не может превышать восьми, а общая продолжительность их трансляции не должна превышать трех часов в сутки.

(Закон дополнен статьей 5¹ согласно Закону Украины от 05.06.2014 г. N 1322-VII)

Статья 6. Язык рекламы

Язык рекламы определяется статьей 26 Закона Украины "О принципах государственной языковой политики".

(статья 6 в редакции Закона Украины от 03.02.2004 г. N 1407-IV, с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI, в редакции Закона Украины от 03.07.2012 г. N 5029-VI, который признан не отвечающим Конституции Украины (является неконституционным), согласно Решению Конституционного Суда Украины от 28.02.2018 г. N 2-р/2018)

Раздел II

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ

Статья 7. Принципы рекламы

1. Основными принципами рекламы являются: законность, точность, достоверность, использование форм и средств, которые не наносят потребителю рекламы вреда.
2. Реклама не должна подрывать доверие общества к рекламе и должна отвечать принципам добросовестной конкуренции.
3. Реклама не должна содержать информацию или изображения, которые нарушают этические, гуманистические, моральные нормы, пренебрегать правилами приличия.
4. Реклама должна учитывать особую чувствительность детей и не наносить им вреда.

Статья 8. Общие требования к рекламе

1. В рекламе запрещается:

распространять информацию относительно товаров, производство, обращение или ввоз на таможенную территорию Украины которых запрещен Законом;

содержать утверждения, которые являются дискриминационными по признакам происхождения человека, его социального и имущественного положения, расовой и национальной принадлежности, пола, образования, политических взглядов, отношения к религии, по языковым признакам, роду и характеру занятий, месту жительства, а также такие, которые дискредитируют товары других лиц;

представлять сведения или призывать к действиям, которые могут повлечь нарушение законодательства, наносят или могут нанести вред здоровью или жизни людей и/или окружающей среде, а также побуждают к пренебрежению средствами безопасности;

использовать средства и технологии, которые действуют на подсознание потребителей рекламы;

приводить утверждения, дискриминационные в отношении лиц, не пользующихся рекламируемым товаром;

использовать или имитировать изображение Государственного Герба Украины, Государственного Флага Украины, звучания Государственного Гимна Украины, изображения государственных символов других государств и международных организаций, а также официальные названия государственных органов, органов местного самоуправления, кроме случаев, предусмотренных Законами Украины в сфере интеллектуальной собственности;

(абзац седьмой части первой статьи 8 в редакции Закона Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

рекламировать товары, которые подлежат обязательной сертификации или производство или реализация которых требует наличия специального разрешения, лицензии, в случае отсутствия соответствующего сертификата, разрешения, лицензии;

(абзац восьмой части первой статьи 8 с изменениями внесенными согласно Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

использовать изображение физического лица или использовать его имя без письменного согласия этого лица;

(абзац девятый части первой статьи 8 с изменениями внесенными согласно Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

имитировать или копировать текст, изображение, музыкальные или звуковые эффекты, которые применяются в рекламе других товаров, если другое не предусмотрено Законами Украины в сфере интеллектуальной собственности;

рекламировать услуги, связанные с концертной, гастрольной, гастрольно концертной, конкурсной, фестивальной деятельностью, без информации об использовании или неиспользовании фонограмм исполнителями музыкальных произведений. Эта информация должна занимать на афишах, других рекламных средствах относительно конкретной услуги не менее 5 процентов общей площади, объема всей рекламы;

распространять рекламу (включая анонсы кино- и телефильмов), которая содержит элементы жестокости, насилия, порнографии, цинизма, унижения человеческой чести и достоинства. Анонсы фильмов, которые имеют ограничение относительно зрительской аудитории, размещаются лишь во время, отведенное для показа таких фильмов.

распространять рекламу о сооружении жилого дома с использованием негосударственных средств, привлеченных от физических и юридических лиц, в том числе в управление, без

приобретения/получения субъектами хозяйственной деятельности, которые осуществляют его строительство или инвестирование и/или финансирование, соответственно права собственности или пользования земельным участком, лицензии на осуществление строительной деятельности, разрешения на выполнение строительных работ или разрешения/лицензии на осуществление деятельности по предоставлению финансовых услуг или свидетельства о регистрации выпуска целевых облигаций, выполнение обязательств по которым обеспечивается единицей недвижимости, которая сооружается.

(часть первая статьи 8 дополнена абзацем тринадцатым согласно Закону Украины от 29.06.2010 г. N 2367-VI)

распространять рекламу услуг ворожения и гадания.

(часть первая статьи 8 дополнена абзацем четырнадцатым согласно Закону Украины от 12.01.2012 г. N 4316-VI)

2. Распространители рекламы не могут распространять рекламу, если в соответствии с законодательством виды деятельности или товары, которые рекламируются, подлежат обязательной сертификации или их производство или реализация требует наличия соответствующих разрешений, лицензий, а рекламодатель не предоставил распространителю рекламы копии таких сертификатов, разрешений, лицензий, засвидетельствованных в установленном порядке.

(часть вторая статьи 8 в редакции Закона Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

3. Реклама о проведении конкурсов, лотерей, розыгрышей призов, мероприятий рекламного характера и тому подобное должна содержать информацию о сроках и месте проведения этих мероприятий и указывать информационный источник из которого можно узнать об условиях и месте проведения этих мероприятий.

Информация о любых изменениях условий, места и сроков проведения конкурсов, лотерей, розыгрышей призов, мероприятий рекламного характера и тому подобное должна подаваться в том же порядке, в котором она была распространена.

(часть третья статьи 8 в редакции Закона Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

4. Часть четвертая статьи 8 исключена

(согласно Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

5. Реклама о скидках цен на продукцию, о распродаже должна содержать сведения о месте, дате начала и окончания скидки цен на продукцию, распродажу, а также о соотношении размера скидки к предыдущей цене реализации товара.

(часть пятая статьи 8 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

6. Громкость звука рекламы, которая транслируется по телевидению и радио, не должна превышать громкость звука текущей программы, передачи.

7. Размещение рекламы и/или рекламных средств на поддерживающих, опорных и других элементах контактной сети, на средствах и оборудовании (в том числе опорах) наружного освещения запрещается.

(статья 8 дополнена частью седьмой согласно Закону Украины от 03.07.2018 г. N 2484-VIII в связи с этим части седьмую и восьмую считать соответственно частями восьмой и девятой)

8. Размещение информации о производителе товара и/или товаре в местах, где этот товар реализуется или предоставляется потребителю, в том числе на элементах оборудования и/или оформление мест торговли, а также непосредственно на самом товаре и/или его упаковке, не считается рекламой.

(часть восьмая статьи 8 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

9. Информация о ценах на товары, тарифы на услуги, указанные в рекламе, которая размещается или распространяется на территории Украины, отмечается исключительно в гривне.

(статья 8 дополнена частью девятой согласно Закону Украины от 06.11.2012 г. N 5481-VI)

Статья 9. Идентификация рекламы

1. Реклама должна быть четко отделена от другой информации, независимо от форм или способов распространения, таким образом, чтобы ее можно было идентифицировать как рекламу.

2. Реклама в теле- и радиопередачах, программах должна быть четко отделена от других программ, передач в их начале и в конце с помощью аудио-, видео-, комбинированных средств, титров, рекламного логотипа или комментариев ведущих с использованием слова "реклама".

3. Информационный, авторский или редакционный материал, в котором привлекается внимание к конкретному лицу или товару и который формирует или поддерживает осведомленность и интерес зрителей (слушателей, читателей) относительно этого лица или товара, является рекламой и должен быть помещен под рубрикой "Реклама" или "На правах рекламы".

4. Логотип телерадиоорганизации, которая осуществляет трансляцию программ, передач, не считается рекламой.

5. Скрытая реклама запрещается.

6. Вывеска или табличка с информацией о зарегистрированном наименовании лица, знаках для товаров и услуг, принадлежащих этому лицу, виде его деятельности (если это не исходит из зарегистрированного наименования лица), времени работы, которая расположена на внутренней поверхности собственного или предоставленного в пользование лицу помещения, на внешней поверхности дома или сооружения не выше первого этажа или на этаже, где находится собственное или предоставленное в пользование лицу помещение, у входа в такое помещение, не считается рекламой.

(статья 9 дополнена частью шестой согласно Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

Статья 10. Недобросовестная реклама

1. Недобросовестная реклама запрещается.

2. Ответственность за недобросовестную рекламу несет виновное лицо.

3. Решение относительно признания рекламы недобросовестной принимают государственные органы, определенные в статье 26 данного Закона.

Статья 11. Сравнительная реклама

1. Отношения, которые возникают в связи со сравнительной рекламой, регулируются законодательством Украины о защите от недобросовестной конкуренции.

2. Ответственность за неправомерное сравнение в рекламе несет рекламодатель.

3. Решение относительно признания сравнения в рекламе неправомерным принимают государственные органы, определенные в статье 26 данного Закона.

Статья 12. Социальная реклама

1. Рекламодателем социальной рекламы может быть любое лицо.

2. Социальная реклама не должна содержать ссылок на конкретный товар и/или его производителя, на рекламодателя (кроме случаев, когда рекламодателем является общественное объединение или благотворительная организация), на объекты права интеллектуальной собственности, принадлежащие производителю товара или рекламодателю социальной рекламы, кроме рекламы национальных фильмов.

Реклама национальных фильмов приравнивается к социальной рекламе и может размещаться и распространяться, при условии соблюдения требований, установленных абзацем двенадцатым части первой статьи 8 данного Закона.

(часть вторая статьи 12 в редакции
Законов Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI,
от 23.03.2017 г. N 1977-VIII)

3. На лиц, которые безвозмездно производят и распространяют социальную рекламу, и на лиц, которые передают свои имущество и средства другим лицам для производства и распространения социальной рекламы, распространяются льготы, предусмотренные законодательством Украины для благотворительной деятельности.

4. Средства массовой информации - распространители рекламы, деятельность которых полностью или частично финансируется из государственного или местных бюджетов, обязаны размещать социальную рекламу государственных органов и органов местного самоуправления, общественных организаций бесплатно в объеме не менее 5 процентов эфирного времени, печатной площади, отведенных для рекламы.

5. Средства массовой информации - распространители рекламы, которая полностью или частично финансируется из государственного или местных бюджетов, обязаны предоставлять льготы при размещении социальной рекламы, заказчиком которой являются заведения образования, культуры, здравоохранения, которые содержатся за счет государственного или местных бюджетов, а также благотворительных организаций.

6. Часть шестая статьи 12 исключена

(статья 12 дополнена частью шестой согласно
Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI,
часть шестая статьи 12 исключена согласно
Закону Украины от 02.12.2010 г. N 2756-VI)

Статья 13. Реклама на телевидении и радио

1. На телевидении время вещания, отведенное на рекламу и телепродажу, не может превышать 15 процентов в течение каждого астрономического часа фактического вещания.

(часть первая статьи 13 в редакции
Закона Украины от 17.11.2005 г. N 3099-IV,
с изменениями, внесенными согласно Закону Украины
от 06.04.2004 г. N 1667-IV, учитывая изменения
внесенные Законом Украины от 21.12.2005 г. N 3253-IV,
в редакции Законов Украины от 05.06.2014 г. N 1322-VII,
от 12.05.2015 г. N 386-VIII)

2. На радио время вещания, отведенное на рекламу, не может превышать 20 процентов в течение каждого астрономического часа фактического вещания.

(часть вторая статьи 13 в редакции
Закона Украины от 06.04.2004 г. N 1667-IV
учитывая изменения, внесенные Законом Украины
от 21.12.2005 г. N 3253-IV,
в редакции Законов Украины от 05.06.2014 г. N 1322-VII,
от 12.05.2015 г. N 386-VIII)

3. Реклама должна размещаться в перерывах между программами, передачами.

При выполнении условий, изложенных в части пятой этой статьи, реклама может быть размещена во время трансляции программы, передачи таким образом, чтобы не нанести вред целостности и содержанию программы, передачи и правам их владельцев.

4. Запрещается прерывать с целью размещения рекламы трансляции сессий Верховной Рады Украины, сессий Верховной Рады Автономной Республики Крым, официальных государственных мероприятий и церемоний, выступлений Президента Украины, Председателя Верховной Рады Украины, Премьер-министра Украины, Председателя Конституционного Суда Украины, Председателя Верховного Суда Украины, народных депутатов Украины, членов Правительства Украины, а также трансляции религиозных служб.

(часть четвертая статьи 13 с изменениями, внесенными
согласно Закону Украины от 05.06.2014 г. N 1322-VII)

5. Трансляция концертно-зрелищных программ, передач может прерываться рекламой при условии, что между рекламными вставками программа, передача длится не менее 20 минут.

(абзац первый части пятой статьи 13 с изменениями, внесенными
согласно Закону Украины от 05.06.2014 г. N 1322-VII)

Реклама во время трансляции спортивных программ, передач размещается в перерывах между их частями.

Трансляция программ, передач для детей (при условии их продолжительности до 30 минут) не может прерываться рекламой.

Трансляция программ, передач для детей (при условии их продолжительности свыше 30 минут) и программ, передач новостей может прерываться рекламой не чаще одного раза каждые 30 минут.

(абзац третий части пятой статьи 13 заменен абзацами третьим и четвертым согласно Закону Украины от 05.06.2014 г. N 1322-VII в связи с этим абзацы четвертый и пятый считать соответственно абзацами пятым и шестым)

Трансляция кино- и телефильмов может прерываться рекламой не чаще одного раза в течение каждых 30 минут вещания.

(абзац пятый части пятой статьи 13 в редакции Закона Украины от 05.06.2014 г. N 1322-VII)

Трансляция других фильмов, в том числе отдельных серий, сериалов, документальных фильмов и тому подобное, может прерываться рекламой не чаще одного раза каждые 20 минут вещания.

(абзац шестой части пятой статьи 13 в редакции Закона Украины от 05.06.2014 г. N 1322-VII)

6. Для целей этой статьи не считаются рекламой:

предание огласке, произнесение в программе, передаче имени, наименования спонсора, объектов права интеллектуальной собственности, которые ему принадлежат;

трансляция социальной рекламы, если она распространяется телерадиоорганизацией бесплатно;

анонсы собственных программ, передач телерадиоорганизации.

7. Ответственность за выполнение требований относительно порядка размещения и распространения рекламы в программах, передачах несет телерадиоорганизация.

8. Ведущим, дикторам и другим участникам информационных и информационно-аналитических программ, передач запрещается приводить потребительские свойства товара и/или указывать банковские счета, контактные телефоны, местонахождение производителя товара, цену товара.

9. Трансляция (ретрансляция) рекламы, содержащейся в программах и передачах иностранных телерадиоорганизаций, которая транслируется (ретранслируется) на территорию Украины, в случае если иностранные телерадиоорганизации не подпадают под юрисдикцию государств - членов Европейского Союза или государств, ратифицировавших Европейскую конвенцию о трансграничном телевидении, запрещается.

Трансляция (ретрансляция) рекламы, содержащейся в программах и передачах иностранных телерадиоорганизаций, подпадающих под юрисдикцию государств - членов Европейского Союза или государств, ратифицировавших Европейскую конвенцию о трансграничном телевидении, которая транслируется (ретранслируется) на территорию Украины, разрешается только в случае, если за трансляцию (ретрансляцию) такая реклама уплачена юридическому лицу Украины, независимо от способа осуществления такой трансляции (ретрансляции).

Запрещается размещение провайдером программной услуги рекламы в программах и передачах иностранных телерадиоорганизаций.

(часть девятая статьи 13 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI, в редакции Закона Украины от 14.05.2015 г. N 422-VIII)

Статья 14. Реклама в печатных средствах массовой информации

1. Объем рекламы в печатных средствах массовой информации определяется ими самостоятельно. Печатные средства массовой информации, которые распространяются по подписке, обязаны в условиях подписки отмечать количество рекламы в общем объеме издания.

(часть первая статьи 14 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 17.11.2005 г. N 3099-IV)

2. Печатная площадь, отведенная на политическую рекламу на протяжении избирательного процесса в печатных средствах массовой информации, в том числе рекламных, не может превышать 20 процентов объема печатной площади каждого номера издания или приложения к нему. Это ограничение не распространяется на печатные средства массовой информации, учредителями которых являются политические партии.

(статья 14 дополнена частью второй согласно Закону Украины от 17.11.2005 г. N 3099-IV)

Статья 15. Реклама услуг, которые предоставляются с использованием электросвязи

1. Реклама услуг, которые предоставляются с использованием электросвязи, в том числе телефонной, при распространении ее в рекламных средствах должна содержать точную информацию о:

содержании рекламируемой услуги;

стоимости рекламируемой услуги;

возрастных и иных ограничений, установленных законодательством и производителем услуги относительно круга потребителей рекламируемой услуги;

платном или бесплатном использовании канала телефонной связи при предоставлении рекламируемой услуги и стоимость одной минуты телефонной связи при получении услуги в соответствующем регионе;

полном имени, наименовании, адресе поставщика рекламируемой услуги.

Эта информация подается шрифтом не менее половины размера шрифта, которым подан телефонный номер, используемый для предоставления рекламируемой услуги.

2. Запрещается распространение рекламы с использованием телексной или факсимильной связи.

3. Запрещается использовать для распространения рекламы бесплатные номера телефонов: Национальной полиции, скорой медицинской помощи, пожарной охраны и других аварийных служб.

(часть третья статьи 15 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 23.12.2015 г. N 901-VIII)

Статья 16. Внешняя реклама

1. Размещение внешней рекламы в населенных пунктах проводится на основании разрешений, которые предоставляются исполнительными органами сельских, поселковых, городских советов, а вне пределов населенных пунктов - на основании разрешений, которые предоставляются областными государственными администрациями, а на территории Автономной Республики Крым - Советом министров Автономной Республики Крым, в порядке, установленном этими органами на основании типичных правил, утверждаемых Кабинетом Министров Украины.

Во время выдачи разрешений на размещение внешней рекламы вмешательство в форму и содержание внешней рекламы запрещается.

Размещение внешней рекламы в пределах полосы отведения автомобильных дорог осуществляется в соответствии с данным Законом на основании отмеченных разрешений, которые оформляются при участии центрального органа исполнительной власти, реализующего государственную политику в сфере дорожного хозяйства и управления автомобильными дорогами, или их владельцев и центрального органа исполнительной власти, реализующего государственную политику в сфере безопасности дорожного движения.

(абзац третий части первой статьи 16 в редакции
Законов Украины от 16.10.2012 г. N 5463-VI,
от 09.04.2014 г. N 1193-VII)

Внешняя реклама на территориях, домах и сооружениях размещается при согласии их владельцев или уполномоченных ими органов (лиц).

Взимание платы за выдачу разрешений запрещается.

(часть первая статьи 16 в редакции
Закона Украины от 16.06.2011 г. N 3530-VI)

2. Внешняя реклама должна отвечать таким требованиям:

размещаться с соблюдением требований техники безопасности и с обеспечением видимости дорожных знаков, светофоров, перекрестков, пешеходных переходов, остановок транспорта общего пользования и не воспроизводить изображения дорожных знаков;

освещение внешней рекламы не должно ослеплять участников дорожного движения, а также не должно освещать квартиры жилых домов;

фундаменты наземной внешней рекламы, которые выступают над поверхностью земли, могут быть декоративно оформлены;

опоры наземной внешней рекламы, которые расположены вдоль проезжей части улиц и дорог, должны иметь вертикальную дорожную разметку, нанесенную светоотражающими материалами, высотой до 2 метров от поверхности земли;

нижний край внешней рекламы, которая размещается над проезжей частью, в том числе на мостах, эстакадах и тому подобное, должен располагаться на высоте не менее 5 метров от поверхности дорожного покрытия;

в местах, где проезжая часть улицы граничит с цоколями зданий или ограждениями, внешняя реклама может размещаться в одну с фасадами зданий или ограждений линию.

3. Запрещается располагать средства внешней рекламы:

на пешеходных дорожках и аллеях;

в населенных пунктах на высоте менее 5 метров от поверхности дорожного покрытия, если их рекламная поверхность выступает за пределы края проезжей части;

вне населенных пунктов на расстоянии менее 5 метров от края проезжей части.

4. Размещение внешней рекламы на памятниках национального или местного значения и в пределах зон охраны этих памятников, исторических ареалов населенных мест осуществляется в соответствии с данным Законом на основании разрешений, которые оформляются при участии органов исполнительной власти, определенных Законом Украины "Об охране культурного наследия".

(часть четвертая статьи 16 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 16.10.2012 г. N 5463-VI, в редакции Закона Украины от 09.04.2014 г. N 1193-VII)

5. Список ограничений и запретов относительно размещения внешней рекламы, установленный данным Законом, является исчерпывающим.

Статья 17. Внутренняя реклама

1. Размещение внутренней рекламы согласовывается лишь с владельцем места ее расположения или с уполномоченным им лицом. При согласовании размещения внутренней рекламы вмешательства в форму и содержание рекламы запрещается.

(часть первая статьи 17 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

2. Запрещается размещение внутренней рекламы в помещениях государственных органов и органов местного самоуправления, дошкольных учебных заведениях, средних общеобразовательных школах и специализированных общеобразовательных заведениях образования.

Это запрещение не распространяется на социальную рекламу.

Статья 18. Реклама на транспорте

1. Размещение рекламы на транспорте согласовывается лишь с владельцами объектов транспорта или уполномоченными ими органами (лицами). При согласовании размещения рекламы на транспорте вмешательства в форму и содержание рекламы запрещается.

2. Размещение рекламы на транспорте должно отвечать требованиям безопасности и правилам дорожного движения.

3. При условии размещения рекламы на транспорте с соблюдением требований безопасности и правил дорожного движения запрещается требовать от владельцев транспортных средств получения разрешений, согласований, других документов относительно размещения рекламы.

4. Запрещается размещение на транспортных средствах:

рекламы, которая повторяет или имитирует цветографические схемы специальных и оперативных транспортных средств;

рекламы с нанесением светоотражающих материалов;

рекламы, которая сопровождается звуковыми или световыми сигналами.

Запрещается размещать рекламу на стеклянных (прозрачных) поверхностях транспортных средств, за исключением случаев, когда для этого используются материалы, которые обеспечивают беспрепятственный обзор из салона транспортного средства.

5. Запрещается распространение рекламы через радиотрансляционные или другие звуковые сети оповещения пассажиров в транспортных средствах общественного пользования, на станциях метрополитена, вокзалах, в портах и аэропортах, за исключением распространения социальной рекламы.

Статья 19. Реклама во время демонстрирования кино- и видеофильмов

Запрещается прерывать для рекламы демонстрацию художественных и документальных фильмов в кинотеатрах, видеосалонах и других местах, где осуществляется публичный показ кино-, видео-, слайдфильмов.

Статья 20. Реклама и дети

1. Запрещается реклама:

с использованием изображений детей, которые употребляют или используют продукцию, предназначенную только для взрослых или запрещенную Законом для приобретения или употребления несовершеннолетними;

с информацией, которая может подорвать авторитет родителей, опекунов, попечителей, педагогов и доверие к ним детей;

с содержанием призывов к детям приобрести продукцию или обратиться к третьим лицам с просьбой сделать покупку;

с использованием изображений настоящего или игрушечного оружия, взрывных устройств.

2. Реклама не должна содержать изображения детей в опасных ситуациях или при обстоятельствах, которые в случае их имитации могут нанести вред детям или другим лицам, а также информации, способной вызвать пренебрежительное отношение детей к опасным для здоровья и жизни ситуациям.

3. Реклама не должна наносить детям морального или физического вреда, вызывать у них ощущение неполноценности.

4. Реклама не должна указывать на возможность приобретения рекламируемого товара, рассчитанного преимущественно на детей, каждой семьей без учета возможностей ее бюджета.

5. Реклама не должна создавать у детей впечатления, что владение рекламируемой продукцией дает им преимущество над другими детьми.

Раздел III

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМИРОВАНИЯ НЕКОТОРЫХ ВИДОВ ТОВАРА

Статья 21. Реклама лекарственных средств, медицинской техники, методов профилактики, диагностики, лечения и реабилитации

1. Разрешается реклама:

только таких лекарственных средств, медицинских изделий и методов профилактики, диагностики, лечения и реабилитации, которые в установленном порядке разрешены центральным органом исполнительной власти, реализующим государственную политику в сфере здравоохранения, к применению в Украине;

(абзац второй части первой статьи 21 с изменениями, внесенными согласно Законам Украины от 20.12.2011 г. N 4196-VI, от 16.10.2012 г. N 5463-VI)

только таких лекарственных средств, которые отпускаются без рецепта врача и которые не внесены центральным органом исполнительной власти в отрасли здравоохранения в перечень лекарственных средств, запрещенных к рекламированию.

(абзац третий части первой статьи 21 в редакции Закона Украины от 20.12.2011 г. N 4196-VI)

2. Запрещается реклама лекарственных средств, применение и отпуск которых разрешается только по рецепту врача, а также внесенных в перечень запрещенных к рекламированию лекарственных средств.

(часть вторая статьи 21 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 20.12.2011 г. N 4196-VI)

3. Запрещается реклама допинговых веществ и/или методов для их использования в спорте.

4. Реклама лекарственных средств, медицинских изделий, методов профилактики, диагностики, лечения и реабилитации должна содержать:

объективную информацию о лекарственном средстве, медицинском изделии, методе профилактики, диагностики, лечения, реабилитации и осуществляться так, чтобы было понятно, что приведенное сообщение является рекламой, а рекламируемый товар является лекарственным средством, медицинским изделием, методом профилактики, диагностики, лечения, реабилитации;

требование о необходимости консультации с врачом перед применением лекарственного средства или медицинского изделия;

рекомендацию относительно обязательного ознакомления с инструкцией на лекарственное средство;

текст предупреждения такого содержания : "Самолечение может быть вредным для вашего здоровья", которое занимает не менее 15 процентов площади (длительности) всей рекламы.

(часть четвертая статьи 21 с изменениями, внесенными согласно Законам Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI, от 19.04.2011 г. N 3235-VI, в редакции Закона Украины от 20.12.2011 г. N 4196-VI)

5. Реклама лекарственных средств, медицинских изделий и методов профилактики, диагностики, лечения и реабилитации не может содержать ссылок на терапевтические эффекты относительно заболеваний, которые не поддаются или трудно поддаются лечению.

(часть пятая статьи 21 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 20.12.2011 г. N 4196-VI)

6. В рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и методов профилактики, диагностики, лечения и реабилитации запрещается размещение:

(абзац первый части шестой статьи 21 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 20.12.2011 г. N 4196-VI)

сведений, которые могут производить впечатление, что при условии применения лекарственного средства или медицинского изделия консультация со специалистом не является необходимой;

(абзац второй части шестой статьи 21 в редакции Закона Украины от 20.12.2011 г. N 4196-VI)

сведений о том, что лечебный эффект от применения лекарственного средства или медицинского изделия является гарантированным;

(абзац третий части шестой статьи 21 в редакции Закона Украины от 20.12.2011 г. N 4196-VI)

изображений изменения человеческого тела или его частей в результате болезни, ранений;

утверждений, способствующих возникновению или развитию страха заболеть или ухудшить состояние своего здоровья из-за неиспользования лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, которые рекламируются;

(абзац пятый части шестой статьи 21 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 20.12.2011 г. N 4196-VI)

утверждений, способствующих возможности самостоятельного установления диагноза для болезней, патологических состояний человека и их самостоятельного лечения с использованием медицинских товаров, которые рекламируются;

ссылок на лекарственные средства, медицинские изделия, методы профилактики, диагностики, лечения и реабилитации как на наиболее эффективные, наиболее безопасные, исключения относительно отсутствия побочных эффектов;

(абзац седьмой части шестой статьи 21 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 20.12.2011 г. N 4196-VI)

сравнений с другими лекарственными средствами, медицинскими изделиями, методами профилактики, диагностики, лечения и реабилитации с целью усиления рекламного эффекта;

(абзац восьмой части шестой статьи 21 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 20.12.2011 г. N 4196-VI)

ссылок на конкретные случаи удачного применения лекарственных средств, медицинских изделий, методов профилактики, диагностики, лечения и реабилитации;

(абзац девятый части шестой статьи 21 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 20.12.2011 г. N 4196-VI)

рекомендаций или ссылок на рекомендации медицинских работников, ученых, медицинских заведений и организаций относительно рекламируемых товаров или услуг;

специальных выявлений благодарности, благодарности, писем, отрывков из них с рекомендациями, рассказами о применении и результатах действия рекламируемых товаров или услуг от отдельных личностей;

изображений и упоминаний имен популярных людей, героев кино-, теле- и анимационных фильмов, авторитетных организаций;

информации, которая может вводить потребителя в заблуждение относительно состава, происхождения, эффективности, патентной защищенности товара, который рекламируется.

(абзац тринадцатый части шестой статьи 21 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 20.12.2011 г. N 4196-VI)

7. В рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и методов профилактики, диагностики, лечения и реабилитации запрещается участие врачей и других профессиональных медицинских работников, а также лиц, внешний вид которых имитирует внешний вид врачей.

(часть седьмая статьи 21 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 20.12.2011 г. N 4196-VI)

8. Запрещается помещать в рекламу лекарственных средств информацию, позволяющую допустить, что лекарственное средство является пищевым, косметическим или другим потребительским товаром или что безопасность или эффективность этого средства обусловлена его природным происхождением.

9. В рекламе товаров и методов, не принадлежащим к лекарственным средствам, медицинским изделиям, методам профилактики, диагностики, лечения и реабилитации, а также в рекламе пищевых продуктов для специального диетического потребления, функциональных пищевых продуктов и диетических добавок запрещается ссылаться на то, что они имеют лечебные свойства.

(часть девятая статьи 21 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 04.06.2009 г. N 1465-VI, в редакции Закона Украины от 20.12.2011 г. N 4196-VI)

10. Запрещается реклама проведения целительства на массовую аудиторию.

(часть десятая статьи 21 в редакции Закона Украины от 17.05.2007 г. N 1033-V)

11. Запрещается реклама новых методов профилактики, диагностики, реабилитации и лекарственных средств, которые находятся на рассмотрении в установленном порядке, но еще не допущены к применению.

(часть одиннадцатая статьи 21 в редакции Закона Украины от 17.05.2007 г. N 1033-V)

12. Реклама услуг народной медицины (целительства) и лиц, их предоставляющих, разрешается только при наличии соответствующего специального разрешения на занятие

народной медициной (целительством), выданного центральным органом исполнительной власти, реализующим государственную политику в сфере здравоохранения, и должна содержать номер, дату выдачи отмеченного разрешения и название органа, который его выдал.

(статья 21 дополнена новой частью двенадцатой согласно Закону Украины от 17.05.2007 г. N 1033-V в связи с этим часть двенадцатую считать частью тринадцатой, часть двенадцатая статьи 21 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 16.10.2012 г. N 5463-VI)

13. Лица, осуществляющие производство и/или продажу лекарственных средств, медицинской техники, методов профилактики, диагностики, лечения и реабилитации, могут выступать в качестве спонсоров теле-, радиопередач и программ путем наведения информации рекламного характера об имени или наименовании, знаке для товаров и услуг, за исключением любой ссылки на лекарственные средства, которые употребляются и распространяются только по предписанию (рецепту) врача, и медицинскую технику, методы профилактики, диагностики, лечения и реабилитации, применение которых нуждается в специальных знаниях и подготовке.

(статья 21 дополнена новой частью тринадцатой согласно Закону Украины от 05.06.2014 г. N 1322-VII)

14. Запрещается телепродажа лекарственных средств, методов профилактики, диагностики, лечения и реабилитации, а также медицинской техники, применение которой нуждается в специальных знаниях и подготовке.

(статья 21 дополнена новой частью четырнадцатой согласно Закону Украины от 05.06.2014 г. N 1322-VII в связи с этим часть тринадцатую считать частью пятнадцатой)

15. Положения этой статьи не распространяются на рекламу лекарственных средств, медицинских изделий и методов профилактики, диагностики, лечения и реабилитации, которая размещается в специализированных изданиях, предназначенных для медицинских учреждений и врачей, а также которая распространяется на семинарах, конференциях, симпозиумах по медицинской тематике.

(часть пятнадцатая статьи 21 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 20.12.2011 г. N 4196-VI)

Статья 22. Реклама алкогольных напитков и табачных изделий, знаков для товаров и услуг, других объектов права интеллектуальной собственности, под которыми выпускаются алкогольные напитки и табачные изделия

1. Реклама табачных изделий, реклама знаков для товаров и услуг, других объектов права интеллектуальной собственности, под которыми выпускаются табачные изделия, запрещается:

на радио и телевидении, в том числе с помощью кабельного, спутникового, IP-телевидения, онлайн-телевидения, мобильного телевидения, цифрового эфирного телевидения и других средств передачи сигнала;

в научных, научно-популярных, учебных, общественно-политических, справочных, литературно-художественных изданиях, изданиях для детей и юношества, изданиях для организации досуга и отдыха, спорта и других изданиях, в том числе во всех печатных средствах массовой информации;

средствами внутренней рекламы;

на транспорте;

с помощью мероприятий рекламного характера (кроме специальных выставочных мероприятий табачных изделий при условии, что на такие мероприятия допускаются только работники предприятий, которые имеют лицензию на оптовую торговлю табачными изделиями или производство табачных изделий);

средствами внешней рекламы;

в местах проведения массовых мероприятий политического, образовательного, религиозного, спортивного характера и развлекательных мероприятий, предназначенных для несовершеннолетних лиц;

в сети Интернет, кроме веб-сайтов, предназначенных для совершеннолетних лиц, обязательным условием доступа к которым является предварительная идентификация возраста пользователей.

(часть первая статьи 22 в редакции
Законов Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI,
от 22.09.2011 г. N 3778-VI)

2. Реклама алкогольных напитков, реклама знаков для товаров и услуг, других объектов права интеллектуальной собственности, под которыми выпускаются алкогольные напитки, запрещается:

на радио и телевидении с 6 до 23 часов;

на первых и последних страницах газет, на обложках журналов и других изданий, во всех изданиях для детей и юношества, на страницах для детей и юношества всех печатных изданий;

во всех печатных средствах массовой информации (кроме специализированных изданий);

(абзац четвертый
статьи 22 вступил
в силу с 1 января
2010 года согласно
Закона Украины от
18.03.2008 г. N 145-VI)

средствами внутренней рекламы;

с помощью мероприятий рекламного характера (кроме специальных выставочных мероприятий алкогольных напитков);

на внешних и внутренних поверхностях транспортных средств общего пользования и метрополитена;

средствами внешней рекламы.

(абзац восьмой)

(часть вторая статьи 22 в редакции
Закона Украины от 18.03.2008 г. № 145-VI)

3. Реклама алкогольных напитков и табачных изделий, знаков для товаров и услуг, других объектов права интеллектуальной собственности, под которыми выпускаются алкогольные напитки и табачные изделия:

запрещается на товарах и в печатных изданиях, предназначенных преимущественно для лиц в возрасте до 18 лет, или в рассчитанных на отмеченных лиц частях других печатных изданий;

запрещается с использованием лиц в возрасте до 18 лет как фотомоделей;

не должна содержать изображения процесса курения табачных изделий или потребления алкогольных напитков;

не может располагаться ближе, чем за 300 метров прямой видимости от территории детских дошкольных заведений, средних общеобразовательных школ и других учебных заведений, в которых учатся дети в возрасте до 18 лет;

не может формировать мысль, что курение или употребление алкоголя является важным фактором достижения успеха в спортивной, социальной, сексуальной или других областях жизни;

не должна создавать впечатления, что употребление алкогольных напитков или курение табачных изделий будет способствовать решению личных проблем;

не может формировать мысль, что алкоголь или табачные изделия имеют лечебные качества или что они являются стимулирующими или успокоительными средствами;

не должна поощрять к употреблению алкогольных напитков или табакокурению или отрицательно расценивать факт воздержания от употребления табачных изделий и алкогольных напитков;

не может содержать изображений врачей и других профессиональных медицинских работников, а также лиц, внешний вид которых имитирует внешний вид врачей;

абзац одиннадцатый части третьей статьи 22 исключен

(согласно Закону Украины
от 18.03.2008 г. № 145-VI)

не должна создавать впечатление, что большинство людей курит или употребляет алкогольные напитки.

запрещается путем размещения изображения табачных изделий, знаков для товаров и услуг, под которыми выпускаются табачные изделия, на любых других товарах, кроме размещения на товарах (предметах), связанных с употреблением табачных изделий, зажигалках, пепельницах.

(часть третья статьи 22 дополнена абзацем тринадцатым
согласно Закону Украины от 22.09.2011 г. № 3778-VI)

4. Спонсирование теле-, радиопередач, театрально концертных, спортивных и других мероприятий с использованием знаков для товаров и услуг, других объектов права интеллектуальной собственности, под которыми выпускаются табачные изделия, запрещается.

Разрешается спонсирование теле-, радиопередач, театрально концертных, спортивных и других мероприятий с использованием знаков для товаров и услуг, под которыми выпускаются алкогольные напитки.

5. Реклама любых товаров или услуг не должна содержать изображения табачных изделий или процесса курения табачных изделий.

(часть пятая статьи 22 в редакции
Закона Украины от 22.09.2011 г. N 3778-VI)

6. Запрещаются такие виды деятельности по рекламированию алкогольных напитков и табачных изделий, знаков для товаров и услуг, других объектов права интеллектуальной собственности, под которыми выпускаются алкогольные напитки и табачные изделия,:

спонсирование мероприятий, предназначенных преимущественно для лиц в возрасте до 18 лет, с использованием знаков для товаров и услуг, других объектов права интеллектуальной собственности, под которыми выпускаются табачные изделия и алкогольные напитки;

распространение и продажа любых товаров (кроме товаров, связанных с употреблением табачных изделий, зажигалок, спичек, пепельниц) с использованием знаков для товаров и услуг, других объектов права интеллектуальной собственности, под которыми выпускаются табачные изделия и алкогольные напитки;

проведение мероприятий по обмену табачных изделий на любые другие товары, работы, услуги;

предоставление права участие в лотерее, игре, конкурсе и других развлекательных мероприятиях, если условием предоставления права участия является приобретение табачных изделий;

изображение табачных изделий, знаков для товаров и услуг, других объектов права интеллектуальной собственности, под которыми выпускаются табачные изделия, в местах проведения развлекательных мероприятий для несовершеннолетних лиц и на автотранспортных средствах;

изображение табачных изделий, знаков для товаров и услуг, других объектов права интеллектуальной собственности, под которыми выпускаются табачные изделия, или процесса курения табачных изделий, на упаковке или во время рекламы любых других товаров или услуг, которые не связаны с употреблением табачных изделий;

продажа табачных изделий в наборе с любыми другими товарами, не связанными с употреблением табачных изделий;

отправка сообщений неопределенному кругу лиц по почте, электронной почте, средствами мобильной связи.

(часть шестая статьи 22 в редакции
Закона Украины от 22.09.2011 г. N 3778-VI)

7. Реклама табачных изделий и алкогольных напитков, а также знаков для товаров и услуг, других объектов права интеллектуальной собственности, под которыми выпускаются

данные изделия и напитки, должна сопровождаться текстами предупреждения такого содержания: "Курение может вызывать заболевание раком", "Избыточное употребление алкоголя вредно для вашего здоровья". Каждому предупреждению должно быть отведено не менее 15 процентов площади (объема) всей рекламы. Цвет текста предупреждения должен быть черным, а цвет фона предупреждения - белым.

Текст предупреждения в рекламе в печатных средствах массовой информации должен размещаться горизонтально, внизу рекламного изображения.

(абзац второй части седьмой статьи 22 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 22.09.2011 г. N 3778-VI)

(часть седьмая статьи 22 в редакции Закона Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

8. Рекламодатели алкогольных напитков и табачных изделий обязаны в порядке, предусмотренном Законами Украины, направлять на производство и распространение социальной рекламы о вреде табакокурения и злоупотребления алкоголем не менее 5 процентов средств, потраченных ими на распространение рекламы табачных изделий и алкогольных напитков в пределах Украины. Распорядители этих средств ежеквартально обнародуют отчет об их использовании.

9. Реклама алкогольных напитков, табачных изделий, пива и/или напитков, которые изготавливаются на его основе, знаков для товаров и услуг, других объектов права интеллектуальной собственности, под которыми выпускаются алкогольные напитки, табачные изделия, пиво и/или напитки, которые изготавливаются на его основе, не должна содержать изображений популярных лиц или прямое или опосредствованное одобрение популярными лицами курения или употребления алкоголя, пива и напитков, которые изготавливаются на его основе.

(статья 22 дополнена частью девятой согласно Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

Статья 23. Реклама оружия

1. Реклама оружия может осуществляться только в соответствующих специализированных изданиях относительно оружия, или непосредственно в помещениях торговых заведений (предприятий), которые реализуют оружие, или на соответствующих выставках (мероприятиях).

2. Порядок рекламирования боевого оружия, вооружений и воинской техники, а также оружия, которое в соответствии с законодательством может находиться в собственности лиц, устанавливается Кабинетом Министров Украины.

Статья 24. Реклама услуг, связанных с привлечением средств населения

1. Реклама услуг (банковских, страховых, инвестиционных и тому подобное), связанных с привлечением средств населения, или лиц, которые их предоставляют, разрешается лишь при наличии специального разрешения, лицензии, которая подтверждает право на осуществление такого вида деятельности. Такая реклама должна содержать номер разрешения, лицензии, дату их выдачи и наименование органа, который выдал это разрешение, лицензию.

Это положение не применяется в случаях, когда дается только реклама знака для товаров и услуг, названия лица (без рекламы услуг).

2. В рекламе таких услуг или лиц, которые их осуществляют, запрещается сообщать размеры ожидаемых дивидендов, а также информацию о будущих прибылях, кроме фактически выплаченных по итогам не менее чем одного года.

Статья 24¹. Реклама услуг по трудоустройству

1. Запрещается в рекламе о вакансиях (приеме на работу) отмечать возраст кандидатов, предлагать работу только женщинам или только мужчинам, за исключением специфической работы, которая может выполняться исключительно лицами определенного пола, выдвигать требования, предоставляющие преимущество женскому или мужскому полу, представителям определенной расы, цвета кожи (кроме случаев, определенных законодательством, и случаев специфической работы, которая может выполняться исключительно лицами определенного пола), относительно политических, религиозных и других убеждений, членства в профессиональных союзах или других объединениях граждан, этнического и социального происхождения, имущественного состояния, местожительства, по языковым или другим признакам.

2. Текст рекламы о деятельности субъекта хозяйствования, оказывающего услуги по посредничеству в трудоустройстве в Украине, должен содержать примечание, что получать от граждан, которым оказаны услуги по поиску работы и содействию в трудоустройстве, другие связанные с этим услуги, гонорары, комиссионные или другие вознаграждения запрещается.

3. В случае нарушения требований этой статьи рекламодатель уплачивает в Фонд общеобязательного государственного социального страхования Украины на случай безработицы штраф в десятикратном размере минимальной заработной платы, установленной Законом на момент выявления нарушения.

(Закон дополнен статьей 24¹ согласно
Закону Украины от 05.07.2012 г. N 5067-VI)

Статья 25. Реклама ценных бумаг и фондового рынка

1. Рекламой ценных бумаг и фондового рынка признается информация рекламного характера о:

- 1) институтах общего инвестирования;
- 2) ценных бумагах, которые эмитируются, и/или эмиссионных ценных бумагах, которые обращаются (находились);
- 3) товарах и/или услугах, которые предлагаются профессиональным участником фондового рынка;
- 4) товарах и/или услугах, которые предлагаются саморегулируемой организацией профессиональных участников фондового рынка;
- 5) услугах уполномоченного рейтингового агентства.

2. Не является рекламой ценных бумаг и фондового рынка:

- 1) информация, которая в соответствии с Законом и нормативно-правовыми актами Национальной комиссии по ценным бумагам и фондовому рынку подлежат обязательному обнародованию;

- 2) информация, которая предоставляется профессиональным участником фондового рынка своему клиенту или потенциальному клиенту во время осуществления таким участником своей деятельности;
- 3) информация о хозяйственной деятельности лиц, отмеченных в части первой этой статьи, если такая информация не связана с деятельностью на фондовом рынке;
- 4) обобщенные информационно-аналитические материалы и статистические данные относительно состояния фондового рынка;
- 5) информация о ценных бумагах и других финансовых инструментах, допущенных к торгам на фондовой бирже, которая обнародуется такой фондовой биржей, кроме случаев, предусмотренных пунктом 2¹ части третьей этой статьи.

(пункт 5 части второй статьи 25 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 16.11.2017 г. N 2210-VIII)

3. Рекламодателями рекламы ценных бумаг и фондового рынка могут быть:

- 1) относительно институтов общего инвестирования - исключительно корпоративный инвестиционный фонд или компания по управлению активами соответствующего инвестиционного фонда;
- 2) относительно ценных бумаг, относительно которых осуществляется эмиссия, и/или эмиссионных ценных бумаг, которые обращаются (находились) - исключительно эмитент или владелец отмеченных ценных бумаг, а также андеррайтер на основании соответствующего договора андеррайтинга, заключенного с эмитентом;
- 2¹) относительно ценных бумаг, по которым осуществляется допуск к торгам на фондовой бирже, - лицо, подающее заявку на допуск к торгам на фондовой бирже, и фондовая биржа, на которой такие ценные бумаги допускаются (допущены) к торгам;

(часть третья статьи 25 дополнена пунктом 2¹ согласно Закону Украины от 16.11.2017 г. N 2210-VIII)

- 3) относительно товаров и/или услуг профессионального участника фондового рынка и его деятельности - исключительно профессиональный участник фондового рынка. Профессиональному участнику фондового рынка запрещается рекламировать другого профессионального участника фондового рынка;
- 4) относительно товаров и/или услуг саморегулируемой организации профессиональных участников фондового рынка - исключительно такая саморегулируемая организация профессиональных участников фондового рынка;
- 5) относительно услуг уполномоченного рейтингового агентства - исключительно такое уполномоченное рейтинговое агентство.

4. Не допускается распространение государственными органами рекламы ценных бумаг и фондового рынка, кроме рекламы, связанной с размещением и обращением государственных ценных бумаг и ценных бумаг, которые находятся в государственной собственности.

Не допускается распространение органами местного самоуправления рекламы ценных бумаг и фондового рынка, кроме рекламы, связанной с размещением и обращением облигаций местных займов и ценных бумаг, которые находятся в коммунальной собственности.

5. Реклама ценных бумаг должна содержать сведения относительно регистрации соответствующего выпуска ценных бумаг, отмеченных в свидетельстве о регистрации этого выпуска.

Реклама институтов общего инвестирования должна содержать сведения относительно наличия свидетельства о внесении таких институтов в Единый государственный реестр институтов общего инвестирования, подтверждающих право на осуществление деятельности в сфере общего инвестирования, с указанием номера свидетельства, даты его выдачи, срока деятельности института общего инвестирования.

Реклама товаров и/или услуг профессиональных участников фондового рынка должна содержать сведения относительно наличия лицензии, подтверждающей право на осуществление соответствующего вида деятельности на фондовом рынке, с указанием серии и номера лицензии, даты ее выдачи и срока действия, наименования органа, который выдал лицензию.

Реклама товаров и/или услуг саморегулируемых организаций профессиональных участников фондового рынка должна содержать сведения относительно наличия свидетельства о регистрации саморегулируемой организации профессиональных участников фондового рынка с указанием номера и даты выдачи свидетельства.

Реклама услуг уполномоченных рейтинговых агентств должна содержать сведения относительно наличия свидетельства о включении в Государственный реестр уполномоченных рейтинговых агентств с указанием номера и даты выдачи свидетельства.

Другие сведения, которые должна содержать реклама ценных бумаг и фондового рынка, устанавливаются Национальной комиссией по ценным бумагам и фондовому рынку в соответствии с Законом.

6. Любая реклама (изменения в рекламу) ценных бумаг и фондового рынка, которую предусматривается распространить, утверждается соответствующим рекламодателем и подается не менее чем за 10 рабочих дней до дня ее обнародования Национальной комиссии по ценным бумагам и фондовому рынку в установленном ею порядке.

Национальная комиссия по ценным бумагам и фондовому рынку принимает решение о запрете распространения рекламы (внесении изменений в рекламу) ценных бумаг и фондового рынка соответствующим лицом с указанием основания.

В случае, если Национальная комиссия по ценным бумагам и фондовому рынку в течение семи рабочих дней со дня получения проекта рекламы (изменений в рекламу) ценных бумаг и фондового рынка, которую предусматривается распространить, не приняла решение о запрете распространения рекламы (внесении изменений в рекламу) на фондовом рынке, такое распространение (внесение изменений) считается согласованным.

Соответствующее решение Национальной комиссии по ценным бумагам и фондовому рынку относительно запрета или согласования распространения рекламы (изменений в рекламу) ценных бумаг и фондового рынка публикуется на ее официальном сайте в течение одного рабочего дня и направляется рекламодателю в течение трех рабочих дней со дня его принятия.

7. Рекламодателям во время заказа производства и распространения рекламы ценных бумаг и фондового рынка запрещается:

отмечать размер дохода, который предусматривается получить по ценным бумагам (в том числе по результатам экстраполяционного прогноза), и делать прогнозы относительно

увеличения стоимости ценных бумаг (кроме ценных бумаг с фиксированной доходностью);

рекламировать ценные бумаги до регистрации проспекта эмиссии ценных бумаг соответствующего выпуска согласно законодательству о ценных бумагах и нормативно-правовым актам Национальной комиссии по ценным бумагам и фондовому рынку;

использовать сведения, не отвечающие проспекту эмиссии ценных бумаг соответствующего выпуска, зарегистрированного Национальной комиссией по ценным бумагам и фондовому рынку;

использовать информацию о доходе по ценным бумагам или размере полученного эмитентом в прошлой прибыли без ссылки на то, что такой доход или прибыль не является гарантией получения доходов в будущем;

использовать сравнительную рекламу путем указания недостатков в деятельности лиц, осуществляющих аналогичную деятельность на фондовом рынке, независимо от того, отвечает ли действительности такая информация о недостатках, в частности о санкциях, которые были применены государственными органами к таким лицам.

8. В случае, если эмиссия ценных бумаг признана недобросовестной или недействительной, или выпуск ценных бумаг признан таким, что не состоялся, эмитент таких ценных бумаг обязан прекратить распространение рекламы ценных бумаг соответствующего выпуска в трехдневный срок со дня обнародования соответствующего решения Национальной комиссии по ценным бумагам и фондовому рынку или распоряжению уполномоченного лица этой Комиссии.

В случае выявления нарушения требований законодательства о рекламе Национальная комиссия по ценным бумагам и фондовому рынку принимает решение об остановке распространения соответствующей рекламы ценных бумаг и фондового рынка, о чем сообщает рекламодателям и распространителям (средства массовой информации, которые осуществляли распространение рекламы) в течение пяти рабочих дней со дня принятия такого решения.

В случае принятия Национальной комиссией по ценным бумагам и фондовому рынку решения об остановке распространения рекламы рекламодатель обязан прекратить ее распространение в трехдневный срок со дня его обнародования.

Порядок возобновления распространения рекламы ценных бумаг и фондового рынка устанавливается Национальной комиссией по ценным бумагам и фондовому рынку.

9. Положения этой статьи не применяются к рекламе, которая распространяется участниками фондового рынка или уполномоченными рейтинговыми агентствами, но не принадлежит к рекламе ценных бумаг и фондового рынка.

(статья 25 с изменениями, внесенными согласно
Законам Украины от 23.02.2006 г. N 3480-IV,
от 18.03.2008 г. N 145-VI,
от 07.07.2011 г. N 3610-VI,
в редакции Закона Украины
от 04.07.2012 г. N 5042-VI)

Статья 25¹. Реклама объектов строительства, зданий, помещений

(название статьи 25¹ в редакции Закона Украины от 22.06.2017 г. N 2118-VIII, который вводится в действие с 23.07.2018 г.)

1. Реклама объектов строительства с целью продажи жилых или нежилых помещений, в том числе связанных с привлечением средств населения, разрешается только при наличии лицензии (разрешения) на осуществление строительной деятельности и разрешения на выполнение строительных работ на конкретном объекте, который рекламируется. Такая реклама должна содержать номер лицензии (разрешения), дату его выдачи и наименование органа, выдавшего эту лицензию (разрешение).

(Закон дополнен статьей 25¹ согласно Закону Украины от 25.12.2008 г. N 800-VI)

2. Реклама зданий, имеющих энергетический сертификат, с целью их продажи или найма (аренды) должна содержать показатель энергетической эффективности, указанный в соответствующем сертификате.

(статья 25¹ дополнена частью второй согласно Закону Украины от 22.06.2017 г. N 2118-VIII, который вводится в действие с 23.07.2018 г.)

Раздел IV

КОНТРОЛЬ ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О РЕКЛАМЕ

Статья 26. Контроль за соблюдением законодательства о рекламе

1. Контроль за соблюдением законодательства Украины о рекламе осуществляют в пределах своих полномочий:

центральный орган исполнительной власти, реализующий государственную политику в сфере государственного контроля за соблюдением законодательства о защите прав потребителей, - относительно защиты прав потребителей рекламы;

(абзац второй части первой статьи 26 с изменениями, внесенными согласно Законам Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI, от 16.10.2012 г. N 5463-VI)

Антимонопольный комитет Украины - относительно соблюдения законодательства о защите экономической конкуренции;

Национальный совет Украины по вопросам телевидения и радиовещания - относительно телерадиоорганизаций всех форм собственности;

центральный орган исполнительной власти, реализующий государственную финансовую политику, - относительно рекламы государственных ценных бумаг;

(часть первая статьи 26 дополнена абзацем согласно Закону Украины от 23.02.2006 г. N 3480-IV, абзац пятый части первой статьи 26 с изменениями внесенными согласно Закону Украины от 16.10.2012 г. N 5463-VI)

Национальная комиссия по ценным бумагам и фондовому рынку - относительно рекламы на фондовом рынке;

(часть первая статьи 26 дополнена абзацем согласно Закону Украины от 23.02.2006 г. N 3480-IV, абзац шестой части первой статьи 26 с изменениями внесенными согласно Закону Украины от 07.07.2011 г. N 3610-VI)

центральный орган исполнительной власти, реализующий государственную политику в сферах строительства, архитектуры, - относительно сооружения жилого дома.

(часть первая статьи 26 дополнена абзацем седьмым согласно Закону Украины от 29.06.2010 г. N 2367-VI, абзац седьмой части первой статьи 26 с изменениями внесенными согласно Закону Украины от 16.10.2012 г. N 5463-VI)

центральный орган исполнительной власти, реализующий государственную политику по вопросам государственного надзора и контроля за соблюдением законодательства о занятости населения - относительно рекламы о вакансиях (приеме на работу).

(часть первая статьи 26 дополнена абзацем восьмым согласно Закону Украины от 05.07.2012 г. N 5067-VI)

2. По требованию органов государственной власти, на которых согласно Закону возложен контроль за соблюдением требований законодательства о рекламе, рекламодатели, производители и распространители рекламы обязаны предоставлять документы, устные и/или письменные объяснения, видео- и звукозаписи, а также другую информацию, необходимую для осуществления ими полномочий относительно контроля.

Кроме того, соответствующий орган государственной власти имеет право:

требовать от рекламодателей, производителей и распространителей рекламы устранения выявленных нарушений требований законодательства;

требовать прекращения действий, препятствующих осуществлению государственного контроля;

предоставлять (направлять) рекламодателям, производителям и распространителям рекламы обязательные для выполнения предписания об устранении нарушений;

принимать решение о признании рекламы недобросовестной, скрытой, о признании сравнения в рекламе неправомерным с одновременной остановкой ее распространения;

принимать решение об остановке распространения соответствующей рекламы.

Органы государственной власти обязаны сообщать рекламодателям, производителям и распространителям рекламы о рассмотрении дел о нарушении ими требований законодательства о рекламе не менее чем за пять рабочих дней до даты разбирательства дела.

(часть вторая статьи 26 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI, в редакции Закона Украины от 04.07.2012 г. N 5042-VI)

3. Рекламодатели, производители и распространители рекламы во время рассмотрения вопроса о нарушении данного Закона имеют право:

присутствовать на заседании государственного органа во время рассмотрения вопроса о нарушении ими данного Закона;

подавать необходимые документы, давать объяснения;

получать копию протокола заседания и решения государственного органа, принятого относительно них;

обжаловать действия или бездействие отмеченного государственного органа и его должностных лиц в суде.

(абзац пятый части третьей статьи 26 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 18.03.2008 г. N 145-VI)

4. Часть четвертая статьи 26 исключена

(согласно Закону Украины от 16.10.2012 г. N 5463-VI)

Статья 27. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе

1. Лица, виновные в нарушении законодательства о рекламе, несут дисциплинарную, гражданско-правовую, административную и уголовную ответственность в соответствии с Законом.

Нормы этой статьи не распространяются на нарушения, отмеченные в статье 24¹ данного Закона.

(часть первая статьи 27 дополнена абзацем вторым согласно Закону Украины от 05.07.2012 г. N 5067-VI)

2. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе несут:

1) рекламодатели, виновные:

в заказе рекламы продукции, производство и/или обращение которой запрещено Законом;

в предоставлении недостоверной информации производителю рекламы, необходимой для производства рекламы;

в заказе распространения рекламы, запрещенной Законом;

в несоблюдении установленных Законом требований относительно содержания рекламы;

в нарушении порядка распространения рекламы, если реклама распространяется ими самостоятельно;

2) производители рекламы, виновные в нарушении прав третьих лиц при изготовлении рекламы;

3) распространители рекламы, виновные в нарушении установленного законодательством порядка распространения и размещения рекламы.

3. С целью защиты интересов общества, государства, потребителей рекламы и участников рекламного рынка государственные органы, отмеченные в статье 26 данного Закона, могут обращаться в суд с исками о запрете соответствующей рекламы и ее публичном опровержении.

4. Центральный орган исполнительной власти, реализующий государственную политику в сфере государственного контроля за соблюдением законодательства о защите прав потребителей, по предоставлению государственных органов, отмеченных в статье 26 данного Закона, или самостоятельно в случаях, предусмотренных этой статьей, кроме тех, что отнесены исключительно к компетенции Антимонопольного комитета Украины и которые регулируются законодательством по вопросам авторского права и смежных прав, накладывают штрафы в порядке, установленном Кабинетом Министров Украины, на:

(абзац первый части четвертой статьи 27 с изменениями внесенными согласно Закону Украины от 16.10.2012 г. N 5463-VI)

рекламодателей за совершение действий, предусмотренных пунктом 1 части второй этой статьи - в размере пятикратной стоимости распространенной рекламы;

производителей рекламы за совершение действий, предусмотренных пунктом 2 части второй этой статьи - в размере пятикратной стоимости изготовления рекламы;

распространителей рекламы за совершение действий, предусмотренных пунктом 3 части второй этой статьи - в размере пятикратной стоимости распространения рекламы.

(абзац четвертый части четвертой статьи 27 с изменениями внесенными согласно Закону Украины от 17.05.2007 г. N 1033-V)

Повторное совершение перечисленных нарушений на протяжении года несет за собой наложение штрафа в двойном от предусмотренного за эти нарушения размере.

5. Стоимость распространенной рекламы определяется исходя из договорной (контрактной) стоимости без учета суммы внесенных (начисленных) налогов, сборов (обязательных платежей) установленных Налоговым кодексом Украины.

(часть пятая статьи 27 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 02.12.2010 г. N 2756-VI)

6. За неподачу или представление заведомо недостоверной информации относительно стоимости распространенной рекламы и/или изготовления рекламы и/или стоимости распространения рекламы центральному органу исполнительной власти, реализующему государственную политику в сфере государственного контроля за соблюдением законодательства о защите прав потребителей, необходимой для осуществления ими предусмотренных данным Законом полномочий, на рекламодателей, производителей рекламы и распространителей рекламы накладывается штраф в размере 100 необлагаемых налогом минимумов доходов граждан.

(часть шестая статьи 27 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 16.10.2012 г. N 5463-VI)

7. В случае невозможности установления стоимости рекламы, распространенной с нарушением требований данного Закона, на рекламодателей и распространителей рекламы решением центрального органа исполнительной власти, реализующего государственную политику в сфере государственного контроля за соблюдением законодательства о защите прав потребителей, накладывается штраф в размере до 300 необлагаемых налогом минимумов доходов граждан.

(часть седьмая статьи 27 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 16.10.2012 г. N 5463-VI)

8. Решение о наложении штрафа за нарушение законодательства о рекламе в размере 300 и более необлагаемых налогом минимумов доходов граждан принимается исключительно центральным органом исполнительной власти, реализующим государственную политику в сфере государственного контроля за соблюдением законодательства о защите прав потребителей.

(часть восьмая статьи 27 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 16.10.2012 г. N 5463-VI)

9. Центральный орган исполнительной власти, реализующий государственную политику в сфере государственного контроля за соблюдением законодательства о защите прав потребителей, могут требовать от рекламодателей публикации сведений, которые уточняют, дополняют рекламу, и обращаться с иском в суд относительно противоправных действий рекламодателей, производителей и распространителей рекламы.

(часть девятая статьи 27 с изменениями, внесенными согласно Закону Украины от 16.10.2012 г. N 5463-VI)

10. Антимонопольный комитет Украины налагает взыскания на рекламодателей за нарушение законодательства о защите от недобросовестной конкуренции.

11. Решения по делам о нарушении законодательства о рекламе могут быть обжалованы в суде.

12. Положения этой статьи не ограничивают прав потребителей рекламы, которым был нанесен вред недобросовестной и неправомерной сравнительной рекламой, на возмещение вреда в соответствии с законодательством Украины.

Статья 28. Публичное опровержение недобросовестной и неправомерной сравнительной рекламы

1. Публичное опровержение недобросовестной и неправомерной сравнительной рекламы осуществляется добровольно или по решению суда.

2. Публичное опровержение недобросовестной и неправомерной сравнительной рекламы осуществляется за счет виновного лица.

3. Публичное опровержение недобросовестной и неправомерной сравнительной рекламы осуществляется в таком же порядке, в котором она была размещена.

Статья 29. Права объединений граждан, объединений предприятий в отрасли рекламы

Объединения граждан и объединения предприятий в отрасли рекламы имеют право:

осуществлять независимую экспертизу рекламы и нормативно правовых актов по вопросам рекламы относительно соответствия требованиям законодательства Украины и давать соответствующие рекомендации рекламодателям, производителям и распространителям рекламы;

обращаться в органы исполнительной власти и органы местного самоуправления по вопросам нарушения законодательства о рекламе;

обращаться с иском в суд в интересах рекламодателей, производителей и распространителей рекламы в случае нарушения их прав, предусмотренных законодательством;

представлять своих членов в государственных органах и органах местного самоуправления.

Раздел V

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Данный Закон вступает в силу со дня его опубликования.

Часть девятая статьи 13 вступает в силу с 1 января 2005 года.

2. Часть первую статьи 4 Декрета Кабинета Министров Украины от 21 января 1993 года N 7-93 "О государственной пошлине" (Ведомости Верховной Рады Украины, 1993 г. N 13, ст. 113, N 26, ст. 281, N 49, ст. 459; 1994 г., N 28, ст. 241, N 29, ст. 257, N 33, ст. 300; 1995 г., N 14, ст. 90; 1996 г., N 9, ст. 43, N 52, ст. 306; 1997 г., N 9, ст. 70, N 18, ст. 131; 2000 г., N 19, ст. 143, N 29, ст. 232, N 46, ст. 398, N 50, ст. 436; 2001 г., (Закон переведен "Профи Винс") N 24, ст. 124; 2002 г., N 6, ст. 43, N 32, ст. 223; 2003 г., N 10 - 11, ст. 87, N 14, ст. 100) дополнить пунктом 46 такого содержания:

"46) специально уполномоченный центральный орган исполнительной власти в сфере защиты прав потребителей и его территориальные органы - по искам, с которыми они обращаются в суд по делам, связанным с нарушением законодательства о рекламе".

3. Кабинету Министров Украины:

до 1 октября 2003 года представить на рассмотрение Верховной Рады Украины предложения относительно внесения изменений в Законы Украины, истекающих из данного Закона;

до 1 января 2004 года привести свои нормативно правовые акты в соответствие с данным Законом;

обеспечить приведение министерствами, другими центральными органами исполнительной власти их нормативно правовых актов в соответствие с данным Законом;

разработать нормативно-правовые акты, необходимость принятия которых предусматривается данным Законом.

Президент Украины

Л. КУЧМА

г. Киев
3 июля 1996 года
N 270/96-ВР